



Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Konstruksi Kesan Positif tentang Protokoler Unisba

Friska Eldianita Nur, Nova Yulianti*

Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 7/10/2023

Revised : 16/12/2023

Published : 22/12/2023



Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 95 - 100

Terbitan : Desember 2023

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi yang sangat cepat dikarenakan hadirnya media baru seperti media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat saat ini yaitu Instagram. Tidak mudah menyampaikan informasi, kesan dan citra yang baik di mata masyarakat. Protokoler Unisba mencoba memanfaatkan media sosial Instagram dalam konstruksi kesan positif tentang Protokoler Unisba melalui akun instagramnya @protokolerunisba dengan membuat konten-konten yang menarik, konsisten, informatif dan juga edukatif bagi mahasiswa Unisba. Tujuan dari penelitian ini meneliti tentang pemanfaatan media sosial Instagram dalam konstruksi kesan positif tentang Protokoler Unisba, untuk mengetahui bagaimana cara membangun konsep informasi dan konten di media social Instagram Protokoler Unisba, untuk mengetahui bagaimana cara pengelolaan informasi dalam membangun kesan positif Protokoler Unisba, untuk mengetahui bagaimana perancangan visual tampilan feed Instagram Protokoler Unisba, untuk mengetahui bagaimana solusi dari keterbatasan/hambatan pada saat membangun kesan positif melalui Instagram Protokoler Unisba. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kata Kunci : Komunikasi Massa, Instagram, Kesan

ABSTRACT

The rapid development of technology is very fast due to the presence of new media such as social media which is very popular among people today, namely Instagram. It is not easy to convey information, impressions and a good image in the eyes of the public. The Unisba Protocol tries to take advantage of Instagram social media in building a positive impression about the Unisba Protocol through its Instagram account @protokolerunisba by creating content that is interesting, consistent, informative and also educative for Unisba students. The purpose of this study is to examine the use of Instagram social media in the construction of positive impressions about the Unisba Protocol, to find out how to build information and content concepts on the Unisba Protocol Instagram social media, to find out how to manage information in building a positive impression of the Unisba Protocol, to find out how visual design of the Unisba Protocol Instagram feed display, to find out how to find solutions to limitations/obstacles when building positive impressions through the Unisba Protocol Instagram.

Keywords : Mass Communication, Instagram, Impressions

© 2023 Jurnal Riset Public Relations Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Berkembangnya media teknologi yang amat cepat dalam beberapa tahun terakhir ini membawa pengaruh ke dalam segala aspek. Hal ini dikarenakan adanya kehadiran *new media* (media baru) seperti salah satunya media sosial yang saat ini keberadaannya sangat terkenal sehingga seluruh kalangan masyarakat menggunakan media tersebut.

Hingga kini, Instagram menjadi platform media sosial yang terkenal di lingkungan anak muda dengan cara kerja melalui pengabdian peristiwa dan momen dalam bentuk postingan agar memperoleh tanggapan dari pengguna lainnya.

Pengguna Instagram menggunakan akun mereka untuk menciptakan kesan mereka. Di balik setiap foto yang diunggah di media sosial terdapat pesan yang berkaitan dengan kesan pemilik foto sehingga juga memengaruhi cara memainkannya.

Sebagai Protokoler tertua di Jawa Barat, yakni sudah berumur 31 tahun, keberadaan Instagram telah membantu Protokoler Unisba dalam meningkatkan kesan institusi sebagai sumber informasi dan publikasi. Sebagai salah satu website di internet, Instagram dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi massa.

Penelitian ini ialah pengurus Korps Protokoler Mahasiswa Unisba yang memiliki peran penting dalam pemanfaatan media sosial Instagram dalam konstruksi kesan positif tentang protokoler Unisba yaitu diantaranya Ketua Umum Protokoler Unisba, Kepala Departemen Humas Protokoler Unisba, Kepala Departemen Protokoler Unisba, dan Admin Instagram Protokoler Unisba. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan tiga tahap analisis data reduksi data, penyajian data, verifikasi data. Peneliti juga melakukan triangulasi untuk meyakinkan hasil yang telah diperoleh yakni dengan triangulasi sumber dan teori.

Menurut teori *second media age*, internet telah menciptakan sebuah jaringan (cyberspace) dengan kemampuan interaktif yang tidak tertandingi jika dibandingkan dengan media sebelumnya. Menurut Holmes, media massa dianggap memiliki potensi sebagai pencabut kekuasaan atau power. Holmes mengungkapkan bahwa terdapat tiga orang yang gagasannya dapat menjadi landasan atau dasar kajian komunikasi dalam penggunaan *new media*, antara lain Luhan, Innis dan Meyrowitz. (Sih & Sukmi, 2015).

Ciri atau karakteristik dari *second media age* adalah komunikasi yang bersifat tersebar, dua arah, dan tidak mengontrol negara serta memengaruhi ruang, waktu, dan pengalaman suatu individu (Holmes, 2012). Selain karakteristik di atas, beberapa karakteristik lain yang dimiliki *second media age*, antara lain interaktif, hipertekstual, jaringan, simulasi, digital.

New media atau media baru adalah jenis media yang memanfaatkan teknologi digital, seperti penggunaan internet dan media sosial. Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Mcquail, 2011)

New media lebih berpotensi mendapat audiens yang lebih besar dibandingkan media konvensional seperti surat kabar. McQuail mengidentifikasi lima kategori utama media baru yang sama-sama memiliki kesamaan saluran tertentu dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks yaitu Media komunikasi antar pribadi, Media permainan interaktif, Media pencarian informasi, Media partisipasi kolektif, Subtisi media penyiaran.

Media digunakan oleh beberapa faktor internal dan eksternal untuk membentuk konstruksi realitas. Faktor internal yang memberikan pengaruh terhadap pembuatan berita yang berkaitan dengan politik terdiri dari ideologi dan idealisme yang dipegang, baik oleh individu, wartawan, maupun media secara keseluruhan sedangkan faktor eksternal terdiri dari pasar dan realitas politik (Hamad, 2004).

Pendekatan konstruksionis memiliki dua karakteristik antara lain pendekatan yang proses penggambaran dan pemaknaannya ditekankan pada politik melalui cara seseorang dalam membuat gambaran mengenai realitas, dimana prosesnya bersifat statis serta pendekatan yang memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis.

Instagram merupakan aplikasi Smartphone yang dirancang khusus untuk media sosial dan merupakan salah satu platform digital yang fungsinya sangat mirip dengan Twitter. Perbedaannya adalah Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi satu sama lain melalui postingan foto. Instagram menyertakan fitur yang dapat menjadikan foto lebih baik, menarik, dan artistik, sehingga juga dapat menginspirasi penggunaannya dan menumbuhkan kreativitas (Atmoko Dwi, 2012).

Instagram juga dapat diartikan sebagai media yang berfungsi untuk mengambil dan mengirim foto dalam waktu yang singkat (Nurvita Sari & Basit, 2020) Terdapat lima menu utama yang dimiliki Instagram antara lain menurut Atmoko Dwi (2012) yaitu home page, comments, explore, profil, news feed.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Defleur serta McQuail Komunikasi massa merupakan sebuah proses yang melibatkan komunikator dalam penggunaan media sebagai sarana atau alat penyebaran pesan secara luas agar menciptakan makna untuk memengaruhi audiens dengan cakupan yang besar dan beragam dengan segala cara atau saluran.

Terdapat berbagai perspektif mengenai fungsi komunikasi massa. Secara umum, penjelasan dari fungsi tersebut, diantaranya (Nurudin, 2007 : 66 – 93) yaitu fungsi informasi, fungsi hiburan, fungsi persuasi, fungsi transmisi budaya, fungsi untuk mendorong kohesi social, fungsi pengawasan, fungsi korelasi, fungsi pewarisan social, fungsi melawan kekuasaan dan kekuatan represif.

Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kesan berarti bekas. Sementara itu, wictionary.org mendefinisikan kesan sebagai suatu hal, dimana setelah mendengar atau melihat sesuatu akan menghasilkan sebuah perasaan ataupun pikiran terhadapnya.

Secara sederhana, kesan adalah citra kita terhadap orang lain, yang pembentukannya melalui proses komunikasi (Asch 1946). Ada beberapa istilah yang muncul seperti kesan publik. Dasar bangunan teori pembentukan kesan (impression formation) adalah Teori Kepribadian Tersirat/Implisit Personal Theory yang menyatakan bahwa kepercayaan kita melekat pada kepribadian seseorang.

Pembentukan Kesan Melalui Media/Mediated. Hasilnya ditemukan bahwa kesan yang terbentuk melalui media cenderung netral karena ketiadaan petunjuk nonverbal seperti yang terlihat pada komunikasi face-to-face/tatap muka. Hasil ini menjadi dasar usulan pada penciptaan teori Kekayaan Media/Media Richness, yang menjelaskan ketidakmampuan membentuk kesan yang kaya melalui interaksi menggunakan media/bermedia. Media massa seperti televisi memiliki kelebihan seperti kontennya yang beragam, saluran audiovisual, bersifat domestik, dekat dan personal serta ada pengalaman keterlibatan (Mcquail, 2011) Proses Pembentukan Kesan, terdapat tiga tahapan dalam pembentukan sebuah kesan antara lain, Stereotyping, Implicit Personality Theory, Atribusi.

C. Hasil dan Pembahasan

Cara membangun konsep informasi dan konten di media social Instagram Protokoler Unisba

Pada periode 2022-2023 Ketua Umum ingin membangun kesan menaikkan eksistensi dan reputasi dengan kesan yang lebih eksklusif. Salah satu penerapannya adalah pada model desain yang digunakan, isi konten pada Instagram, caption yang digunakan hingga cara berkomunikasi admin yang formal tetapi memberikan pula sesuatu yang eksklusif.

Protokoler Unisba ingin menunjukkan tujuannya yang proeksis dengan cara membuat berbagai konten menarik di Instagramnya, yaitu Alumni talkies, KPM Kepo, dan juga live report yang dilakukan setiap Protokoler Unisba sedang melaksanakan penugasan dan hal tersebut merupakan ciri khas yang membuat Protokoler Unisba berbeda.

Protokoler Unisba memiliki beberapa jenis informasi yang selalu disampaikan melalui akun Instagramnya baik konten feeds maupun konten instastory. Seperti teori dari komunikasi massa, komunikasi massa merupakan komunikasi yang disampaikan terhadap khalayak ramai menggunakan pada satu waktu.

Informasi yang disampaikan oleh Instagram Protokoler Unisba dinilai cukup efektif, hal tersebut dapat ditinjau dari konten yang disebar baik feeds maupun instastory.

Sampai saat ini jumlah pengikut media social yang dimiliki oleh Protokol Unisba yaitu media social Instagram dengan rincian yaitu Instagram: 1.796 Followers, Tiktok: 96 Followers, Youtube: 161 subscriber. Salah satu media sosial yang saat ini sedang banyak digunakan oleh masyarakat adalah Instagram. Hal ini selaras pada pembahasan bab 2 bahwa menurut Enterprise (2012: 02), Instagram adalah komunitas yang saling berbagi antara satu anggota dengan anggota yang lainnya dari seluruh dunia.

Cara pengelolaan informasi dalam membangun kesan positif Protokol Unisba.

Protokol Unisba selalu mengutamakan setiap bulannya untuk membuat timeline jadwal mengunggah agar selalu terdapat interaksi antara Protokol Unisba dengan para followersnya. Protokol Unisba telah memiliki konten rutin yang wajib diunggah setiap bulannya, namun tidak sedikit juga konten yang merupakan gebrakan-gebrakan baru serta konten penting yang wajib untuk diunggah. Selain dari segi konten, salah satu cara menumbuhkan kesan positif pada Protokol Unisba adalah dengan membalas dan berinteraksi secara komunikatif dengan para followers jika ada followers tersebut bertanya melalui direct message. Admin Instagram Protokol pun memanfaatkan fitur pemisah direct message yang ada pada Instagram, direct message dibagi menjadi dua kategori yaitu general dan primer.

Protokol Unisba sendiri selalu memiliki narasi untuk membuat caption atau berita acara yang akan diunggah di Instagram. Terdapat perbedaan antara caption biasa dengan caption hari besar yang diunggah oleh Protokol Unisba. Protokol Unisba selalu menambahkan ayat-ayat suci al-quran pada setiap caption hari besar, maupun kutipan kata tokoh yang ternyata hal tersebut dapat meningkatkan kesan positif pada Protokol Unisba.

Perancangan visual tampilan feed Instagram Protokol Unisba

Ciri khas yang melekat pada Protokol Unisba adalah unsur formal yang mereka miliki, namun seiring berkembang tren pada anak muda saat ini Protokol Unisba membuat berbagai modifikasi agar unsur formal tersebut tidak menjadi kaku dan dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan sasaran usia.

Pada awal periode, ketua umum beserta para ketua departemen berdiskusi mengenai tampilan feeds Instagram, khususnya kepala departemen umum, maka tercetuslah arahan dari ketua umum untuk konsepnya ada sedikit foto individu anggota protokol dalam slide pertama feeds Instagram. Dengan memadukan desain grafis dan dokumentasi feeds Protokol Unisba menjadi lebih menarik dan fresh. Visualisasi desainnya sendiri akan selalu diperbaharui setiap tiga bulan sekali agar tidak monoton berdasarkan color palette yang telah didiskusikan pada awal periode.

Live report yang selalu diunggah oleh Protokol Unisba pun merupakan salah satu ciri khas yang belum tentu dimiliki oleh organisasi lain. Tidak hanya itu, instastory pun memiliki fitur-fitur unik didalamnya seperti mention, repost, music, gift, question box hingga fitur countdown sebuah acara.

Solusi dari keterbatasan/hambatan pada saat membangun kesan positif melalui Instagram Protokol Unisba.

Setiap pengguna media social pasti selalu mengalami hambatan dalam menggunakan akun Instagramnya, baik disaat memegang akun pribadi maupun memegang akun sebuah instansi lembaga. Hambatan yang dialaminya pun beragam mulai dari hambatan internal maupun eksternal, disengaja maupun tidak disengaja. Dalam memegang sebuah media social pasti akan banyak hambatan serta tantangan yang harus dihadapi, begitu juga yang harus dihadapi oleh Protokol Unisba dalam memegang akun media social Instagramnya.

Hambatan yang sering terjadi adalah mengenai masalah jaringan serta miskomunikasi, kedua hal tersebut sering terjadi dikarenakan faktor ketidaksengajaan. Contoh masalah jaringan adalah, disaat admin Instagram akan mengunggah konten tersebut atau mendownload konten yang akan diunggah mengalami kendala jaringan yang membuat waktu pengunggahan menjadi lebih terlembat daripada jadwal sebelumnya.

Hambatan selanjutnya adalah miskomunikasi, hambatan ini memiliki banyak efek dikarenakan miskomunikasi dapat dengan mudah terjadi dalam berbagai aspek. Hal serupa juga pernah terjadi pada saat pengumuman wisuda, Protokol Unisba selalu membuat ucapan selamat wisuda kepada para alumni Protokol Unisba. Namun berdasarkan sumber yang telah peneliti wawancara, ada dua alumni Protokol Unisba yang tidak dicantumkan namanya pada ucapan tersebut, akhirnya hal tersebut menuai berbagai respon dari alumni lain yang melihat ucapan tersebut dan dengan segera Departemen Humas beserta divisi yang bersangkutan langsung menginvestigasi mengapa hal tersebut bisa terjadi.

Hambatan eksternal yang sering terjadi adalah beberapa kali miss oleh admin Instagram Protokoler Unisba dengan para media partner atau pihak eksternal yang ingin bekerjasama dengan Protokoler Unisba. Pada profil Instagram Protokoler Unisba, tim telah mencantumkan kontak WhatsApp yang dapat dihubungi secara langsung untuk membahas mengenai kerjasama secara lebih mendalam.

Hambatan yang sering terjadi adalah mengenai kendala jaringan, hal tersebut akan langsung teratasi karena admin Instagram Protokoler Unisba memiliki alternatif jaringan atau back up dari anggota divisi publikasi yang lainnya disaat mengalami kendala jaringan.

Para anggota inti serta Kepala Departemen Humas selalu mengawasi seluruh aktivitas media social Protokoler Unisba, hal tersebut membawa dampak yang positif karena meminimalisir kesalahan yang terjadi saat pengunggahan. Sebelum mengunggah kontenpun akan ada proses approval dari Kepala Departemen Humas.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Cara membangun konsep informasi dan konten di media social Instagram Protokoler Unisba yaitu dengan melihat tujuan serta visi dari Protokoler Unisba. Dengan berpatok pada tujuan atau visi organisasi tersebut akan semakin jelas hal apa saja yang akan dilakukan, lalu pemilihan target audiens yang sesuai. Konsep yang ingin dibangun di media social Instagram yaitu ingin membangun kesan formal yang dibalut dengan kesan eksklusif agar berbeda dengan organisasi-organisasi lainnya.

Cara pengelolaan informasi dalam membangun kesan positif Protokoler Unisba, Protokoler Unisba memilah dan memilih informasi yang layak disebar luaskan. Pengelolaan informasinya pun tidak terlepas dari *timeline* unggahannya. Selain itu *caption* juga merupakan salah satu hal yang dapat menarik kesan positif. Pengelolaan Instagram Protokoler Unisba sudah baik sehingga menghasilkan timbal balik bukan hanya dari segi engagement tetapi juga dari berbagai bentuk kerjasama dengan pihak eksternal.

Perancangan visual tampilan feed Instagram Protokoler Unisba, konsep visual yang ingin digunakan oleh Protokoler Unisba adalah Formal, Eksklusif, namun tidak melunturkan nilai islami dari Unisba dengan menambah ornamen individu anggota protokoler dan setiap berganti periode konsepnyapun akan berubah. Color Palette yang digunakan dalam desainpun memiliki arti tersendiri dalam penggunaannya.

Solusi dari keterbatasan/hambatan pada saat membangun kesan positif melalui Instagram Protokoler Unisba. Protokoler Unisba dapat menghadapi seluruh masalah yang dihadapi dengan sangat baik serta Protokoler Unisba belum pernah menemui hambatan yang sangat besar sehingga mengganggu kesan positif yang sedang dibangun.

Daftar Pustaka

- Alex, S. (2013). *Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azizah, N. Z. N., & Imran, A. I. (2019). Proses Public Relations PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun Citra Positif melalui Media Sosial Instagram@ Keretaapikita. *Performance: Jurnal Personalita, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 26(1), 19-26.
- Budhirianto, S. (2018). Analisis Wacana Media Terhadap Kebijakan Dan Citra Pemerintah Di Surat Kabar Daerah Pada Tahun 2017. *Jurnal Pikom*, 104.
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572.
- Dewi, F. A. D. K. (2013). Pembentukan dan Pengelolaan Kesan Para Facebookers. *Ragam*, 13(3).
- Erarslan, Ali. 2019. Instagram as an Education Platform for EFL Learners. *Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET*, v18 n3 p54-69 Jul 2019. ERIC.
- Fauzi, M. I., & Yuliati, N. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 148-155.

- Fitri, A. N. (2020). Jokowi dan Kekuatan Pencitraan Diri Serta Relasinya Dengan Umat Islam. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 19(2), 1-17.
- Jalaludin Rahmat, 2005, *Psikologi Komunikasi*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya
- Kencana, W. H. (2020). Peran Dan Manfaat Komunikasi Pembangunan Pada Aplikasi Pelacak Covid-19 Sebagai Media Komunikasi Kesehatan: Kajian Media Komunikasi Dalam Perspektif Sosial. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(1), 83-95.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134-142.
- Kusuma, R. S., & Azizah, N. (2018). Melawan radikalisme melalui website. *Jurnal Aspikom*, 3(5), 943-957.
- Mahendra, I. T. (2017). Peran media sosial instagram dalam pembentukan kepribadian remaja usia 12-17 tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi (Bachelor's Thesis, Fitk).
- Mansuri, M. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Personal Branding Mahasiswa/I Public Relations Universitas Mercu Buana* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Nurvita Sari, D., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi : Communication Journal*, 3(1).
- Nordin, N. H., Mohammad, N. S., & Mohamad, A. M. (2019). Media Sosial dan Instagram Menurut Islam. *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 13, 1.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501.
- Sinta, S. (2021). *Konstruksi Pemberitaan Rancangan Undangundang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUUPKS) Di Media Online (Analisis Framing di kompas. com dan tirto. id)* (Doctoral dissertation, Framing, Media, Kekerasan, Seksual).